

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ  
РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ВИКЛАДАЧІВ,  
АСПІРАНТІВ, СПІВРОБІТНИКІВ ТА СТУДЕНТІВ**

**(Суми, 21-22 квітня 2016 року)**

**Суми  
Сумський державний університет  
2016**

design and organization of work; the independence of traditional unions, political parties, institutions with simultaneous support of the non-traditional political organizations; the limit of organizational costs using the simpler, cheaper and more accessible ways of producing of the products; self-management and self-organization of media projects; discussions about media products as part of a preferred communication practice; formation of social relationships.

These points show how much the alternative media are aimed at the organization of communication practice. A typical model of the alternative communication as a criterion of the alternative editorial policy can be defined as a mechanism of the reflection of political changes, realising them in its own internal structure, in their working relationships and forms of communication.

1. Stamm, Karl-Heinz. Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. – Frankfurt am Main, New York, 1988. – p.140.
2. Atton, Chris. Alternative Media. – London: Sage Publication Ltd, 2002. – p.27.
3. Weichler K. Die anderen Medien: Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. - Berlin, 1987. - p.151.
4. Brüseke, Franz, Große-Oetringhaus, Hans-Martin: Blätter von unten. Alternativzeitungen in der Bundesrepublik. – Offenbach, 1981 – p.55.
5. Wimmer, Jeffrey. (Gegen)-Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Alalyse eines idealen Spannungsverhältnisse. – München: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. – p.152.

## **ПРОБЛЕМА ВПЛИВУ ЗМІ НА ПОЛІТИЧНУ ДУМКУ СУЧАСНОГО УКРАЇНЦЯ**

Гирченко Є.В., Черкас І.Ю., студ. гр. Ф-31  
(Сумський державний університет),  
Король С.М. канд. політ. наук, асист.  
(Сумський державний університет)

З розвитком комунікацій, інформаційних технологій вплив ЗМІ на індивіда має неабияке значення, впливаючи на громадянську думку, політичну свідомість, а також і на вчинки людей. Загальновідомо, що розвиток держави та вихід з кризи прямо залежить від настрою суспільства, почуттів, оцінки, усвідомлення політичної сфери. Незважаючи на «революцію гідності», зовнішню агресію, та проєвропейський вибір України – в державі залишається вплив олігархічних груп на політику, економіку та ЗМІ [1].

Питаннями ролі засобів масової інформації займаються такі дослідники як: В. Бебик, В. Лісничий, В. Луговий, В. Мартиненко, І. Поліщук, Ю. Свеженцова, К. Сафіуліна, С. Телешун, В. Шевченко.

Слід зазначити, що ЗМІ – це «четверта влада», «влада громадянського суспільства». Вона здійснює свою політичну управлінську роль у політичній системі за допомогою обговорення, критики, підтримки громадянських формувань, також одночасно ЗМІ не можуть приймати рішення та наказувати.

В Україні відсутній ринок ЗМІ, а більшість медіа є збитковими і спонсоруються фінансово-промисловими або політичними групами. Виданням не вистачає ресурсів для виробництва якісного контенту, а український споживач не готовий за нього платити, що примушує шукати інші джерела коштів. Варто підкреслити, що здебільшого саме від власника мас-медіа, а не від журналіста, залежить спрямованість контенту. Власниками найпопулярніших ЗМІ є С. Курченко, Р. Ахметов, Д. Фірташ, С. Львовичкін, В. Пінчук, І. Коломойський [2].

Щодня говориться про інформаційну війну у нашій державі. Ми бачимо, що українці мають різну політичну думку у середині країни. Зокрема, жителі Сходу є найбільш схильні до впливу російського ЗМІ, її сприймають 52%, на Заході – 25%, Півночі – 46%, Центральній Україні – 38%, Південі – 44%. Це розгалуження спричиняє зміну політичного настрою, завдає удару цілісності країни, роз'єднує народ.

Українці стали менше вірити ЗМІ, перевіряючи інформацію, самостійно порівнюючи її, отримавши з декількох джерел. До ЗМІ більш-менш лояльні тільки 22% опитаних, у тій чи іншій мірі не довіряють ЗМІ 78% [3].

Підсумовуючи вище сказане, відзначимо, що крім політичної, економічної та соціальної кризи, особливо гостро стоїть також питання маніпуляції засобами масової інформації політичною свідомістю українців. В інформаційному просторі ми зустрічаємо величезну кількість інформації, але більшість людей не здатні її «профільтрувати». ЗМІ беруть участь у продукуванні суспільної думки за допомогою поширенню інформації, нав'язуванні та оприлюдненню фактів, які саме завдяки їх діяльності стають подією.

1. Роль засобів масової інформації у формуванні політичної системи [Електронний ресурс]/ А.М.Мучник, П. В. Ворона // Теорія та практика державного управління. - 2009. - Вип.3. - С. 123-129. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu\\_2009\\_3\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2009_3_19)

2. Інформація - зброя: кому належать українські ЗМІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.theinsider.ua/infographics/2014/2015\\_smi/vlasnyky.html](http://www.theinsider.ua/infographics/2014/2015_smi/vlasnyky.html)

3. Українці стали менш довірливими і терпимими [Електронний ресурс] / ЧАО "Сьогодні Мультимедиа" – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/ukraine/ukraincy-stali-menee-doverchivymi-i-terpimymi-655953.html>

## ВЛАДА ЯК ПСИХОЛОГІЧНЕ ТА СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Ярушина Є., студ. гр. СУ-42  
(Сумський державний університет),  
Король С.М. канд. політ. наук, асист.  
(Сумський державний університет)

Одним з основних і найбільш потужних природних інстинктів людини, є інстинкт влади, потреба домінувати і тримати все під своїм контролем. Влада включає в себе безліч супроводжуючих факторів, це і слава і визнання, підпорядкування собі волі інших, і відчуття свободи, яка може відчуватися в повній мірі тоді, коли ти нікому не підкоряєшся.

Влада – явище соціальне. Соціальна влада як феномен присутня (хоча й у прихованій формі) скрізь, де є усталені об'єднання людей: у сім'ї, виробничих колективах, державі, тобто там, де є реальні можливості і спроможність впливати на поведінку людей за допомогою яких-небудь засобів. Суспільство без влади - це хаос, дезорганізація, саморуйнування соціальних зв'язків.

В історії людства влада розглядалася як соціальна роль (шаман, лідер, вождь, герой), як соціально-психологічний ресурс для керування людьми (певні якості та властивості особистості) і як механізми управління і підпорядкування одних людей іншим (перевага, зараження, навіювання, авторитет, страх) [2].

У найширшому значенні влада – завжди вольові відносини: індивіда до самого себе (влада над собою), між індивідами, групами, класами в суспільстві, між громадянином і державою, між посадовою особою і підлеглим, між державами. Реалізується вона у сфері особистої та суспільної діяльності - політичної, економічної, правової [3; 4].

Влада - завжди двостороння взаємодія суб'єкта і об'єкта. Влада ніколи не є відносинами лише однієї особи (або органа), якщо не мати на увазі владу людини над собою (але це вже психологічний, а не соціальний феномен). Влада означає відносини залежності між людьми: з одного боку, нав'язування волі когось іншого, з іншого - підкорення їй. Інакше – це владовідносини між суб'єктом і об'єктом [1].

Влада - явище психологічне. Існує ще один різновид влади - влада над собою. Її відмінною рисою є те, що владні повноваження здійснює не одна особа над іншою, а керування відбувається «Я» (свідомістю) над